

## КЛАСТЕРЫ РЕСУРСОВ В КОНЦЕПЦИИ ДИНАМИЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ ФИРМЫ

М.А. Громова

Белорусский национальный технический университет, [marygromova@mail.ru](mailto:marygromova@mail.ru)

Понятие «ресурсная концепция фирмы» в стратегическом менеджменте зародилось в 1990-х годах, когда возникла необходимость в объяснении феномена достижения компаниями со схожими бизнес-портфелями совершенно различных результатов. Было выявлено, что компании, которые акцентировали свое внимание на поиск конкурентных преимуществ внутри фирмы, смогли достичь лучших результатов, чем компании, которые тратили свои силы на разработку стратегии грамотного позиционирования на рынке. Именно способность руководства компаний консолидировать технологии и производственные навыки в компетенции являются настоящими источниками конкурентных преимуществ [2, с. 23]. В науке стратегического менеджмента ресурсная концепция заняла доминирующее положение благодаря большей перспективности как научно-исследовательская программа, поскольку она опирается на эндогенный характер источников преимуществ, отказывается от неправдоподобных допущений, подчеркивает значимость предпринимательского фактора [1].

Дальнейшее развитие ресурсной концепции было отражено в концепции Д.Дж. Тиса и соавторов «Динамические способности фирмы». Компаниям было недостаточно обладать только уникальным ресурсом для одержания победы в конкурентной борьбе, они должны были проявить своевременную реакцию на изменения в бизнес-среде и эффективно перемещать внутренние и внешние компетенции.

В стратегическом менеджменте не существует общепринятого определения понятия «ресурсы». Для разделения данного понятия с более широким понятием «факторы производства» Д. Дж. Тис и соавторы определяют ресурсы как специфические активы, которые трудно, если вообще возможно, имитировать [3, с. 147].

Обладание уникальными ресурсами, грамотное их перемещение и постоянное обновление, а также быстрая реакция на изменения внешней и внутренней среды позволяет эффективно конкурировать на рынке. Однако компаниям недостаточно иметь один уникальный ресурс для достижения долгосрочного превосходства над конкурентами – требуется консолидация ресурсов и способностей фирмы в кластер. Понятие «кластер» существует в различных областях научного знания (лингвистике, экономике, социологии и т.д.) но во всех случаях оно базируется на объединении однородных субстанций в некое целое, что обеспечивает синергетический эффект.

Например, компания Apple в 2001 году выпускает iPod, на который пользователи могли загружать музыку и с компакт-дисков, и из Интернета. В 2003 году Apple представляет тесно связанный с iPod онлайн музыкальный магазин iTunes Music Store, откуда пользователи могли приобретать и загружать музыку в цифровом формате. Сочетание высококонкурентного устройства для воспроизводства звукового контента iPod и iTunes как инструмента прямой связи «музыкальных правообладателей» с покупателями позволило компании доминировать в этом сегменте

рынка. В 2008 году компания выпускает новый продукт – App Store для устройства iPhone. App Store позволяет искать, приобретать и загружать приложения из iTunes, устанавливая их на iPhone.

В стратегии Apple можно обнаружить кластеризацию ресурсов, компетенций и динамических способностей: компетенции в производстве гаджетов позволяли выпускать конкурентные продукты; способности организации взаимодействия с обладателями музыкального контента обеспечить его доступность для обладателей продуктов; ресурсы, связанные с разработкой программного обеспечения, позволили распространить компетенции, апробированные на одном устройстве, на другие и обеспечили легкость взаимодействия в сети. Наличие подобного «компетентностно-ресурсного» кластера позволило компании стать одним из мировых лидеров в электронной и музыкальной индустрии.

Аналогичные кластеры можно выделить и в других стратегиях, и их анализ как инструмента достижения конкурентных преимуществ представляется перспективным.

#### ***Список использованных источников:***

1. Громова, М.А. Источники конкурентного преимущества: взгляд школ стратегий / М.А.Громова // Наука и техника. – 2019. - № 1. – С. 82 – 88.
2. Прахалад, К.К. Ключевая компетенция корпорации / К.К. Прахалад, Г. Хамел // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. Менеджмент. 2003. №3. С.18-44.
3. Тис, Д.Дж. Динамические способности фирмы и стратегическое управление / Д.Дж. Тис, Г. Пизано, Э. Шуен // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. Менеджмент. 2003. №4. С.133-183.